

LAPORAN TUGAS AKHIR
ADMINISTRASI PEMASARAN DI PT. INTAN PARIWARA KLATEN



Disusun Oleh :

MEURITA NIA ROSALIA BUDIANTO

D1515061

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya
(A.Md) Dalam Bidang Manajemen Administrasi

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2018

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 5 Juni 2018

Disusun Oleh :

Meurita Nia Rosalia Budianto

D1515061

Panitia Ujian Tugas Akhir

Nama

Tanda tangan

1. Penguji 1

Drs. Marsudi, M.S.

2. Penguji 2

Drs. Ali, M.Si

Mengetahui,

Dekan



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 196108251986012001

PERNYATAAN

Nama : Meurita Nia Rosalia Budianto

NIM : D1515061

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul “Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten ” adalah betul-betul karya sendiri. hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 22 Mei 2018

Yang Membuat Pernyataan,



Meurita Nia Rosalia Budianto

PERSETUJUAN

ADMINISTRASI PEMASARAN DI PT. INTAN PARIWARA KLATEN

Disusun Oleh :

MEURITA NIA ROSALIA BUDIANTO

D1515061

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan PanitiaUjian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 22 Mei 2018

Pembimbing,



Drs. Ali, M.Si

NIP. 19540830 198503 1 002

MOTTO

Selalu bersyukur kepada Allah SWT atas apapun yang terjadi, baik kejadian baik atau buruk, yakinlah bahwa dibalik itu semua terdapat pesan indah untuk kita sadari

(Rossa)

Orang yang sombong adalah orang yang tidak mau berterimakasih terhadap apa yang telah diberikan kepadanya

(Kahlil Gibran)

Sesungguhnya Allah SWT tidak merubah nasib suatu kaum sehingga mereka merubah nasibnya sendiri

(Surat Ar Ra'du:11)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang selalu ada dan selalu membimbing langkah penulis.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang tak terhingga pengorbanan dan kasih sayangnya.
3. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan motivasi.
4. Seseorang yang selalu memotivasi dan memberikan dorongan untuk hidup yang lebih baik.
5. Teman-temanku yang selalu memberikan motivasi dan mendampingi selama penulis membuat tugas akhir Firda, Dhabith, Reza.
6. Sahabat-sahabat tersayang yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini Irine, Triana, Gina, Tiyas, kakak April .
7. Teman-teman MA A 2015 kalian luar biasa
8. Almamater Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya yang telah membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten. Penulis menyusun Tugas Akhir ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan program studi Diploma III Manajemen Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam mengerjakan Tugas Akhir ini banyak kesulitan yang penulis hadapi, namun berkat arahan dan bantuan berbagai pihak akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini antara lain kepada :

1. Bapak Drs. Ali, M.Si selaku Pembimbing dan selaku Ketua Prodi Diploma III Manajemen Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dalam penulisan Tugas Akhir ini yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Drs. Marsudi , M.S. selaku penguji Tugas Akhir ini yang memberikan pengarahan dan saran dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
3. Dosen dan Karyawan Program Studi D III Manajemen Administrasi Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyelesaian laporan ini.
4. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Bapak Tony Puwono, selaku Manager Bagian Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten yang senantiasa memberikan bimbingan.
6. Bapak Faruq Pribadi, selaku Manager HRD yang telah memberikan kesempatan untuk magang di PT. Intan Pariwara Klaten
7. Segenap pegawai di PT. Intan Pariwara Klaten membantu penulis dalam memberikan petunjuk-petunjuk dalam melakukan kegiatan magang.

8. Bapak, Ibuku tersayang yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Keluarga besar yang selalu memotivasi untuk segera menyelesaikan tugas Akhir ini.
10. Seseorang, teman dan Sahabat-sahabatku yang telah memberikan semangat dan bantuan pada saat mengerjakan tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penulisan laporan ini.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Surakarta, 23 Mei 2018

Penulis,



Meurita Nia R.B.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii

PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Pengamatan	3
D. Manfaat Pengamatan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Tinjauan Pustaka	5
1. Administrasi	5
a. Pengertian Administrasi	5
b. Unsur-Unsur Administrasi	7
c. Kegiatan Administrasi	8
d. Tujuan Administrasi	9
e. Fungsi Administrasi	10
2. Pemasaran	10
a. Pengertian Pemasaran	10
b. Bauran pemasaran	11
3. Pentingnya Administrasi Pemasaran	13
4. Pengertian Administrasi Pemasaran	13

5. Kegiatan Administrasi Pemasaran	13
B. Metode Pengamatan	14
1. Lokasi Pengamatan	14
2. Jenis Pengamatan	14
3. Sumber Data	14
4. Teknik Pengumpulan Data.....	15
5. Teknik Analisa Data	16
BAB III DESKRIPSI INSTANSI	18
A. Sejarah Singkat Perusahaan	18
B. Visi dan Misi.....	20
C. Logo	21
D. Jaringan Perusahaan	22
E. Struktur Organisasi	23
F. <i>Job Description</i>	24
BAB IV HASIL PENGAMATAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Kegiatan Administrasi Pemasaran	30
B. Administrasi Pemasaran	30
C. <i>Marketing Mix</i> /Bauran Pemasaran	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
Daftar Pustaka	58
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT. Intan Pariwara Klaten	20
---	----

Gambar 3.2	Struktur organisasi PT. Intan Pariwara Klaten	23
Gambar 4.1	Daftar kantor perwakilan atau <i>Branch Office</i> (BO)	37
Gambar 4.2	Software relasi PT. Intan Pariwara Klaten.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Penjualan PT. Intan Pariwara Klaten Tahun 2015-2017	2
-----------	---	---

Tabel 3.1	Daftar Jumlah Karyawan PT. Intan Pariwara Klaten	20
Tabel 4.1	Laporan Penjualan <i>Marketing Sales Branch Office</i> (BO)	40
Tabel 4.2	Daftar produk buku teks pelajaran.....	42
Tabel 4.3	Daftar produk buku panduan pendidik	46
Tabel 4.4	Daftar produk buku pengayaan	46
Tabel 4.5	Daftar produk buku referensi	47
Tabel 4.6	Daftar produk dan harga buku teks pelajaran	48
Tabel 4.7	Daftar produk dan harga buku panduan pendidik.....	52
Tabel 4.8	Daftar produk dan harga buku pengayaan	52
Tabel 4.9	Daftar produk dan harga buku referensi	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman wawancara
2. Data Wawancara

3. Lampiran Surat Tugas melaksanakan Kuliah Kerja Manajemen Administrasi (KKMA)
4. Lampiran Surat Tanggapan Atas Permohonan Magang
5. Lampiran Form Monitoring Magang
6. Lampiran Form penilaian Magang
7. Lampiran Surat Keterangan Selesai Magang
8. Lampiran Contoh Surat Penawaran dari PT. Intan Pariwara Klaten
9. Lampiran Contoh Nota Pesanan dari PT. Intan Pariwara Klaten
10. Lampiran Contoh Nota Penjualan dari PT. Intan Pariwara Klaten
11. Lampiran Contoh Usulan Hadiah BO dari PT . Intan Pariwara Klaten
12. Lampiran Contoh Katalog Buku dari PT. Intan Pariwara Klaten.
13. Lampiran Foto Kegiatan Semina dan Pameran

ABSTRAK

Meurita Nia Rosalia Budianto. D1515061. **Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten.** Tugas Akhir. Program Studi Manajemen Administrasi. Program

Diploma III. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2018 56 Halaman

Kegiatan administrasi pemasaran juga sangat menentukan dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, ketertiban administrasi seperti ketertiban laporan keuangan dan dalam pengolahan dokumen pembuatan laporan yang diperlukan, jika dilakukan dengan tertib timbulnya resiko akan semakin kecil. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengamatan ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengamatan observasi yang berperan aktif. Lokasi pengamatan adalah Bagian *National Sales Manager* (NSM) pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten. Sumber data berdasarkan peristiwa atau aktifitas, wawancara, dokumen dan arsip. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan mengkaji dokumen dan arsip. Teknik analisa data yang digunakan yaitu reduksi data, sajian data, penarikan simpulan dan verifikasi.

Hasil pengamatan yang dilakukan di Bagian *National Sales Manager* (NSM) pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten, penulis menyimpulkan bahwa administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara meliputi kegiatan tata usaha yang meliputi surat pemberian hadiah, surat penawaran dan surat pesanan. Kegiatan pencatatan meliputi daftar Branch Office (BO), relasi, perekapan hasil penjualan sales BO. Kearsipan yang meliputi usulan hadiah dari BO, usulan kegiatan dan pembagian contoh buku. Adapun hambatan dalam proses pemasaran yaitu saat pengisian kode buku edisi revisi, kode berbeda tetapi judul buku sama dan proses distribusi ke daerah luar Jawa/daerah terpencil yang lambat.

Keyword: *administrasi, pemasaran, PT. Intan Pariwara*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu perusahaan didirikan mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan, perusahaan dapat terus berlangsung apabila perusahaan tersebut tetap memproduksi dan menjual hasil produksinya. Supaya hasil produksinya dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat maka perlu adanya pemasaran. Pada saat ini kegiatan pemasaran memiliki peranan yang penting di dalam dunia bisnis, karena pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dimana perusahaan tersebut berhubungan langsung dengan konsumen. Maka untuk menarik minat konsumen melakukan pembelian suatu produk perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang ada.

Administrasi yang baik harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memperlancar proses pencapaian tujuan perusahaan yang ditetapkan. Kegiatan administrasi pemasaran juga sangat menentukan dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, ketertiban administrasi seperti ketertiban laporan kegiatan pemasaran dan dalam pengolahan dokumen dan surat-surat dalam pembuatan laporan yang diperlukan, jika dilakukan dengan tertib timbulnya resiko akan semakin kecil.

Administrasi pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang menyangkut proses pemasaran, seperti dokumen-dokumen yang menunjang dalam kelancaran pemasaran produk penting untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam proses kegiatan pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten tentunya memiliki hambatan-hambatan yang ada dalam kegiatan administrasinya, seperti menulis, menghitung, memberi kode, mengadakan, memilih, memindahkan dan mendaftarkan. Kegiatan administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten yaitu membuat surat pesanan, surat pemberian hadiah, surat usulan hadiah untuk pelanggan dan pencatatan perekapan hasil pemasaran per kantor perwakilan yang ada di seluruh Indonesia. Maka hambatan-hambatan ini perlu diatasi agar proses pemasaran berjalan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

PT. Intan Pariwara merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penerbit dan percetakan buku-buku pelajaran mulai dari jenjang TK sampai SMK atau SMA. Perusahaan tersebut sudah berpuluh-puluh tahun dalam menyediakan buku-

buku pelajaran berkualitas untuk menunjang pendidikan di Indonesia. Meskipun saat ini banyak perusahaan penerbitan dan percetakan yang bergerak dibidang penerbit dan percetakan yang sama, hal tersebut membuat PT. Intan Pariwara terus berupaya dengan melakukan terobosan-terobosan untuk menjaga kelangsungan perusahaannya. Untuk meningkatkan penjualannya perusahaan ini membuka *Branch Office* atau kantor cabang di berbagai kota di seluruh Indonesia. Agar pemasaran tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan, maka diperlukan administrasi yang baik dan benar, karena administrasi adalah rangkaian pelaksanaan proses dalam mencapai tujuan perusahaan dengan kerjasama antara dua orang atau lebih.

TABEL 1.1

**HASIL PENJUALAN PT. INTAN PARIWARA KLATEN TAHUN 2015-2017
DALAM MILYARAN RUPIAH PENJUALAN BUKU BERDASARKAN
TINGKATAN PENDIDIKAN**

No.	Tingkatan	2015	2016	2017
1.	TK	9.404.037.215	10.353.113.833	11.828.359.052
2.	SD	9.252.212.804	10.876.620.663	13.216.289.275
3	SMP	10.740.137.639	11.611.502.767	12.845.993.356
4.	SMA	10.264.084.161	12.496.319.362	13.292.664.445
5.	SMK	10.108.240.323	11.493.462.206	12.039.651.042

*Sumber: Laporan Hasil Penjualan Tahun 2015 – Tahun 2017
Bagian National Sales Manager (NSM) PT. Intan Pariwara Klaten*

Dari data hasil penjualan diatas PT. Intan Pariwara pada tahun 2015 – tahun 2017 diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan produk mengalami peningkatan penjualan dalam setiap tahunnya. Peningkatan tersebut didukung dengan kegiatan promosi dan pemberian hadiah. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari

kemampuan suatu perusahaan dalam membaca keinginan konsumen dan menawarkan produk ke pasar atau konsumen secara terus menerus dengan volume penjualan yang semakin meningkat. Untuk lebih meningkatkan penjualan pada setiap tahunnya maka diperlukan adanya administrasi pemasaran yang baik. Kegiatan administrasi pemasaran yang memiliki peranan penting dalam proses penjualan. Sesuai dengan definisi administrasi pemasaran jika disimpulkan adalah rangkaian proses mulai dari merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul :

“ADMINISTRASI PEMASARAN DI PT. INTAN PARIWARA KLATEN”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang penulis kemukakan diatas, maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten ?”

C. Tujuan Pengamatan

Semua kegiatan tentunya mempunyai tujuan tertentu yang hendak dicapai, Adapun tujuan tersebut adalah :

1. Tujuan Operasional

Untuk mengetahui dan memahami Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten.

2. Tujuan Fungsional bagi semua pihak yang membutuhkan khususnya PT. Intan Pariwara Klaten

Untuk memberi manfaat PT. Intan Pariwara Klaten baik sebagai pengetahuan maupun masukan dalam kegiatan administrasinya.

3. Tujuan Individual

Untuk memenuhi syarat dalam memperoleh sebutan Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

4. Manfaat Pengamatan

a. Manfaat bagi penulis

Dapat memperoleh pengetahuan tentang Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten dan dapat memperoleh ilmu yang telah diterima selama perkuliahan.

b. Manfaat bagi Perguruan Tinggi

Dapat dijadikan bahan acuan bagi penyusunan tugas akhir serta dapat menambah ilmu pembendaharaan ilmu pengetahuan.

c. Manfaat internal bagi PT. Intan Pariwara Klaten

Dapat digunakan sebagai bahan masukan evaluasi administrasi pemasaran yang selama ini telah dilakukan dan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan keputusan di periode yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENGAMATAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Administrasi

a. Pengertian Administrasi

Secara Etimologis Administrasi berasal dari bahasa Latin *ad+ministrate* suatu kata kerja yang berarti melayani, membantu atau memenuhi, serta *administratio* yang berarti pemberian bantuan, pemeliharaan, pelaksanaan, pimpinan dan pemerintahan, pengelolaan.

Berikut ini beberapa pengertian administrasi menurut para ahli :

Menurut Irham Fahmi “Administrasi adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerja sama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan.” (Irham Fahmi, 2015:1)

Menurut Sondang P. Siagian “Administrasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.” (Sondang P. Siagian, 1983:3).

Menurut Soekarno “Administrasi adalah aktivitas-aktivitas untuk mencapai suatu tujuan atau proses penyelenggaraan kerja untuk mencapai suatu tujuan.” (Soekarno, dalam buku Moekijat, 1992:6)

Menurut Sutarto “Administrasi adalah segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerjasama mencapai tujuan tertentu.” (1982:14)

Administrasi dapat berjalan dengan adanya dua orang atau sekelompok orang yang terlibat di dalamnya. Hal ini sesuai dengan pengertian administrasi yang dapat dibedakan menjadi dua, yaitu Administrasi dalam arti luas dan Administrasi dalam arti sempit yang dikemukakan oleh Irra Chrisyanti (2011:3) dalam buku Pengantar Ilmu Administrasi sebagai berikut :

1. Administrasi dalam arti luas

Administrasi dalam arti luas merupakan proses kerja sama beberapa individu dengan cara yang efisien dalam mencapai tujuan sebelumnya. Irra Chrisyanti (2011:3)

Menurut Herbert A. Simon, Donald. Smithburg & A. Thomson terjemahan dalam Wirman Syafri (2012:8) mengemukakan, “Dalam arti luas administrasi dapat didefinisikan sebagai kelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama.”

Sondang P. Siagian dalam Wirman Syafri (2012:9) mengemukakan, “Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”

Dengan demikian dalam pengertian administrasi dalam arti luas terkandung hal-hal berikut:

- a. Kelompok orang (dua orang atau lebih), yaitu pengelompokan orang dalam suatu kerja sama terjadi dengan asumsi bahwa tujuan yang ingin dicapai tidak dapat dilakukan seorang diri.
- b. Kegiatan, yaitu kegiatan yang dilakukan dalam rangka administrasi merupakan kegiatan yang berangkaian satu sama lain sehingga merupakan suatu proses yang sistematis.
- c. Kerja sama, yaitu interaksi antara individu dengan kelompok untuk menyelesaikan pekerjaan bersama.
- d. Tujuan, yaitu sesuatu keinginan yang dicapai oleh kelompok orang yang bekerja sama dan yang tidak bisa diraih seorang diri.
- e. Efisiensi, yaitu perbandingan terbaik antara masukan (*input*) dan keluaran (*output*)

2. Administrasi dalam arti sempit

Administrasi di dalam buku Ilmu Pengantar Administrasi, Irra chrisyanti Dewi, (2011:3) dalam bahasa Belanda berasal dari kata *Administratie*, yang diartikan sebagai pekerjaan tulis menulis, atau ketatausahaan atau kesekretarian yang meliputi kegiatan menghimpun, mengolah, mencatat, mengirim dan menyimpan.

Sedangkan menurut Wirman Syafri (2012:3-5), Administrasi sebagai ketatausahaan yang dalam bahasa Inggris dipergunakan istilah clerical work, paper work, atau office work atau administrasi dalam arti sempit adalah berupa kegiatan pencatatan, pengolahan, pengumpulan, pembeian nomor atau kode surat, pengetikan, pengadaan, penyimpanan (pengarsipan), pengiriman, berbagai informasi yang diterima atau yang dikeluarkan oleh suatu organisasi atau institusi.

Menurut Wirman Syafri, pengertian administrasi dalam arti luas dan dalam arti sempit diatas dapat penulis simpulkan bahwa administrasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan kerjasama oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan. Penulis menggunakan administrasi dari pengertian dalam arti sempit karena administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara terdiri dari berbagai kegiatan tata usaha yang sesuai dengan pengertian administrasi dalam arti sempit.

b. Unsur-unsur Administrasi

Dalam administrasi terdapat beberapa unsur administrasi. Menurut The Liang Gie, unsur-unsur administrasi adalah sebagai berikut:

1. Organisasi

Yaitu wadah bagi segenap kegiatan usaha kerja sama.

2. Manajemen

Yaitu kegiatan menggerakkan sekelompok orang dan mengerahkan fasilitas kerja.

3. Komunikasi

Yaitu penyampaian berita dan pemindaan buah pikiran dari seseorang kepada yang lain dalam rangka terwujudnya kerja sama.

4. Kepegawaian

Yaitu pengaturan dan pengurusan pegawai atau karyawan yang diperlukan.

5. Keuangan

Yaitu pengelolaan segi pembiayaan dan pertanggungjawaban keuangan.

6. Perbekalan

Yaitu perencanaan, pengadaan, dan pengaturan pemakaian barang-barang keperluan kerja.

7. Tata usaha

Yaitu penghimpunan, pencatatan, pengolahan pengiriman, dan penyimpanan berbagai keterangan yang diperlukan.

8. Hubungan masyarakat

Yaitu perwujudan hubungan baik dan dukungan dari lingkungan masyarakat terhadap usaha kerja sama.

c. Kegiatan Administrasi Pemasaran

Administrasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan kerjasama oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan. Kegiatan yang dilakukan dalam administrasi disebut dengan kegiatan tata usaha, menurut Wawonruntu dalam Saiman (1997:17) kegiatan tata usaha merupakan kegiatan yang berhubungan dengan jasa-jasa perkantoran yang terdiri dari hal-hal sebagai berikut:

1. Korespodensi

Kegiatan ini berhubungan dengan pencatatan relasi atau kemitraan kerja organisasi maupun kantor.

2. Tata hubungan

Yang meliputi, surat-menyurat, telephon, dan faximil.

3. Pencatatan dan Perhitungan

Meliputi data untuk data-data laporan dan data statistic.

4. Kearsipan

Meliputi korespodensi, penyusunan laporan, komunikasi perkantoran, pekerjaan duplikasi, mengkalkulasi dan pekerjaan penyimpanan surat atau dokumen dalam arsip

Tata usaha merupakan unsur dari administrasi yang hingga saat ini dianggap sama dengan pengertian administrasi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Tata usaha dirumuskan sebagai rangkaian aktivitas menghimpun, mencatat, mengolah, menggandakan, mengirim dan menyimpan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam setiap usaha kerjasama.

Jadi tata usaha menurut intinya adalah proses penyelenggaraan disekitar keterangan-keterangan yang berwujud 6 pola perbuatan (The Liang Gie:1970:16-17):

1. Menghimpun, yaitu kegiatan mencari dan mengusahakan tersedianya segala keterangan yang tadinya belum ada atau berserakan sehingga siap untuk dipergunakan bilamana diperlukan.
2. Mencatat, yaitu kegiatan membubuhkan dengan berbagai peralatan tulis keterangan – keterangan yang diperlukan sehingga berwujud tulisan yang dapat dibaca, dikirim dan disimpan.
3. Mengolah, yaitu bermacam-macam kegiatan mengerjakan keterangan-keterangan dengan maksud menjadikannya dalam bentuk yang lebih berguna.
4. Mengirim, yaitu kegiatan menyampaikan dengan berbagai cara dan alat dari pihak 1 ke pihak lain.
5. Menyimpan, yaitu kegiatan menaruh dengan berbagai cara dan alat ditempat tertentu yang aman.

d. Tujuan Administrasi

Menurut Rahmat (2013:64) pelaksanaan administrasi bertujuan sebagai berikut:

1. Tercapainya fleksibilitas dalam proses administrasi;
2. Terwujudnya efisiensi dan efektivitas pelaksanaan administrasi;
3. Terlaksananya kontinuitas administrasi;
4. Efektivitas produksi;
5. Efisiensi;
6. Kemampuan menyesuaikan diri (*adaptiviveness*);
7. Kepuasan kerja.

e. Fungsi Administrasi

Daft, Richard L (2006:8) menjelaskan mengenai fungsi administrasi dari pengertian administrasi dalam arti sempit, yaitu sebagai berikut:

Dalam proses pelaksanaan ini, administrasi mempunyai tugas-tugas tertentu yang harus dilakukan sendiri dan tugas-tugas itulah yang biasanya disebut sebagai fungsi-fungsi administrasi antara lain :

1. Planning (Perencanaan), adalah suatu rincian yang merupakan organisasi yang besar didalamnya ada penyusunan dan perumusan rencana diserahkan kepada sekelompok staf perencana, akan tetapi penetapannya merupakan tugas dan tanggung jawab manajemen.
2. Organizing (Pengorganisasian), Pengorganisasian adalah suatu kegiatan yang menyangkut tipe-tipe struktur organisasi dan prinsip-prinsipnya, sejarah organisasi, gaya manajerial yang tepat digunakan, sifat dan jenis dari berbagai bentuk kegiatan yang harus dilaksanakan.
3. Leading (Kepemimpinan), merupakan fungsi manajemen yang melibatkan penggunaan pengaruh untuk memotivasi karyawan meraih sasaran organisasi
4. Controlling (Pengendalian), adalah fungsi keempat yang mempunyai arti memantau aktifitas karyawan, menjaga organisasi agar tetap berjalan ke arah pencapaian sasaran, dan membuat koreksi bila diperlukan.

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting karena dapat menghubungkan antara produsen dengan konsumen melalui suatu produk. Bagi perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan tahapan akhir dalam kegiatan produksi karena barang yang dihasilkan akan ditentukan oleh kondisi pasar. Beberapa definisi pemasaran menurut para ahli:

Menurut Philip Kotler “Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu - individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai secara bebas dari pihak lain”. (Philip Kotler, 2002: 9)

Menurut Basu Swastha dan Irawan “pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk

mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. (Basu Swastha dan Irawan, 1990:5)

Menurut Soekartawi “Pengertian marketing adalah sangat luas, tetapi pada prinsipnya adalah penyampaian barang, jasa dan ide dari produsen ke konsumen untuk memperoleh laba dan kepuasan yang sebesar-besarnya. (Soekartawi, 1993:36)

Menurut Philip Kotler “Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besarnya, menentukan pasar-pasar target mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut”. (Philip Kotler, 1991:1)

Jadi, dari pengertian menurut beberapa ahli diatas dapat penulis simpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang saling berhubungan mulai dari menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa melalui proses penawaran kepada konsumen.

b. Bauran Pemasaran

Proses pemasaran adalah proses bagaimana produsen dapat mempengaruhi konsumen agar konsumen menjadi tahu, senang dan membeli produk yang ditawarkan dan konsumen menjadi puas sehingga mereka akan selalu membeli produk dari suatu perusahaan itu. Menurut Basu Swastha dan Irawan (1990:78) dalam pemasaran ada 4 hal untuk mempengaruhi konsumen yang disebut Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix* yang merupakan inti dari pemasaran perusahaan. *Marketing Mix* adalah kombinasi dari empat kegiatan yang merupakan inti dari pemasaran, yaitu:

1. *Product* (Produk)
2. *Price* (Harga)
3. *Place* (Tempat)
4. *Promotion* (Promosi)

Berikut ini adalah empat elemen pokok dalam *Marketing Mix*:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat menghasilkan kepuasan bagi konsumennya. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan-keputusan tentang harga, distribusi dan promosi dapat diambil. (Basu Swastha dan Irawan, 1990:79)

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan untuk memperoleh barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Produsen perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. (Fandy Tjiptono, 1995:118)

3. *Place* (Tempat)

Distribusi adalah proses pengiriman produk yang telah dan akan dibeli dari tempat usaha atau pabrik sampai ketempat pembeli. (Aditya dan Petrisavitry, 2002:15) ,Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi (tempat). Aspek tersebut adalah:

- a. Sistem transportasi perusahaan, termasuk dalam sistem pengangkutan antara lain keputusan tentang pemilihan alat transport (kereta api, kapal, pesawat terbang, truck) dan penentuan jadwal pengiriman.
- b. Sistem penyimpanan, dalam sistem penyimpanan bagian pemasaran harus menentukan letak gudang, jenis peralatan yang dipakai untuk menangani material maupun peralatan lainnya.
- c. Pemilihan saluran distribusi, menyangkut keputusan-keputusan tentang penggunaan penyalur (agen, pengecer) dan bagaimana menjalin kerjasama yang baik dengan para penyalur tersebut.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi pada hakikatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar, untuk member informasi tentang keistimewaan, kegunaannya. Termasuk dalam kegiatan produksi adalah; periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas. (Basu Swastha, 1990:80)

3. Pentingnya Administrasi Pemasaran

Administrasi yang baik harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memperlancar proses pencapaian tujuan perusahaan yang ditetapkan. Kegiatan administrasi pemasaran juga sangat menentukan dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, ketertiban administrasi seperti ketertiban laporan kegiatan pemasaran dan dalam pengolahan dokumen dan surat-surat dalam pembuatan laporan yang diperlukan, jika dilakukan dengan tertib timbulnya resiko akan semakin kecil.

4. Pengertian Administrasi Pemasaran

Menurut Dharmmesta & Handoko (1982;3) Manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan utama dari perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan perusahaannya, agar berkembang serta mendapatkan keuntungan dari kegiatan pertukaran. Dari pengertian administrasi pemasaran menurut para ahli maka dapat penulis simpulkan bahwa pengertian administrasi pemasaran adalah kegiatan catat-mencatat, tulis-menulis dan mengarsip dokumen-dokumen yang menunjang dalam kelancaran pemasaran, mulai dari merencanakan produk, harga, pendistribusian serta kegiatan promosinya .

5. Kegiatan Administrasi Pemasaran

Kegiatan administrasi pemasaran terdiri dari kegiatan tata usaha dan *Marketing Mix*/ bauran pemasaran. Administrasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan kerjasama oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan. Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Menurut Dharmmesta & Handoko, Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan. Jadi kegiatan administrasi pemasaran yang ada di PT. Intan Pariwara menurut penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager pemasaran adalah:

- a. Tata hubungan, yang terdiri dari kegiatan surat-menyurat.
- b. Kearsipan, merupakan kegiatan penyimpanan surat, dokumen atau arsip.
- c. Pencatatan, merupakan kegiatan pencatatan data-data laporan, data statistic dan pencatatan bauran pemasaran.

B. Metode Pengamatan

1. Lokasi Pengamatan

Dalam melakukan suatu pengamatan diperlukan lokasi yang berfungsi sebagai obyek untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang dijadikan pengamatan. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis mengambil lokasi pengamatan di PT. (Perseroan Terbatas) IntanPariwara Klaten Penerbit dan Percetakan Jalan Ki Hajar Dewantoro, Klaten 57438, Indonesia. Telp.(0272) 322441, Fax (0272) 32260.

Penulis memperoleh izin untuk magang sekaligus mengadakan pengamatan pada perusahaan tersebut khususnya pada bagian National Sales Manager (NSM).

2. Jenis Pengamatan

Berdasarkan sifatnya pengamatan yang penulis lakukan, maka jenis pengamatan yang digunakan menggunakan deskriptif kualitatif yaitu pengamatan oleh penulis yang dilakukan secara langsung hadir di lokasi yang diamati secara rinci. (Sutopo, 2006:65)

3. Sumber Data

Menurut H. B Sutopo (2006:56) sumber data merupakan bagian yang sangat penting bagi penulis, karena ketepatan memilih dan menentukan jenis sumber data akan menentukan ketepatan dan kekayaan data atau kedalaman informasi yang diperoleh. Data tidak bisa diperoleh tanpa adanya sumber data.

Adapun sumber data yang digunakan dalam pengamatan ini adalah sebagai berikut:

1) Peristiwa atau Aktivitas

Menurut H.B Sutopo (2006:57) , data atau informasi bisa dikumpulkan dari peristiwa, aktivitas, atau perilaku sebagai sumber data yang berkaitan dengan sasaran penelitiannya. Dari penelitian tersebut bisa mengetahui proses bagaimana peristiwa itu terjadi karena bisa menyaksikannya secara langsung. Sedangkan aktivitas adalah kegiatan rutin yang berulang atau yang hanya satu kali terjadi, aktivitas yang formal dan tidak formal, tertutup atau terbuka untuk bisa diamati oleh siapapun.

2) Narasumber atau Informan

Menurut H.B Sutopo (2006:57), dalam penelitian kualitatif sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Dalam memilih siapa yang akan menjadi informan, peneliti wajib memahami posisi dengan beragam peran dan sesuai dengan kebutuhan penelitiannya.

3) Dokumen dan Arsip

Menurut H.B Sutopo (2006:61), dokumen dan arsip merupakan bahan tertulis yang menjadi gegayutan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Sumber ini merupakan rekaman tertulis, namun bisa berupa gambar atau benda peninggalan yang berkaitan dengan suatu aktivitas atau peristiwa tertentu. Bila ia merupakan catatan yang bersifat formal dan terencana dalam suatu organisasi sebagai bagian dari mechanism kegiatannya, ia cenderung disebut arsip.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam pengamatan ini berpedoman dari (H.B Sutopo,2006:66-83), yaitu sebagai berikut :

1) Observasi

Menurut H.B Sutopo (2006:75), dalam teknik ini observasi digunakan untuk menggali data dari sumber yang berupa peristiwa, aktivitas, perilaku, tempat atau lokasi, dan benda, serta rekaman gambar.

Observasi berperan aktif ini merupakan cara khusus penulis tidak bersikap pasif hanya sebagai pengamat,tetapi berperan dalam pengamatannya dengan mempertimbangkan posisi yang memberikan akses yang bisa diperolehnya untuk bisa dimanfaatkan dalam pengumpulan data yang lengkap dan mendalam. Dalam teknik ini observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat dilakukan oleh pengumpul data dengan mengambil peran atau tak berperan, dalam arti pengamat benar-benar menjadi bagian atau anggota yang sedang diamati.

2) Wawancara

Menurut H.B Sutopo (2006:68), Wawancara sumber data yang sangat penting dalam pengamatan kualitatif adalah berupa manusia yang dalam posisi sebagai narasumber atau informan. Wawancara bertujuan untuk bisa menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan, dan sebagainya untuk merekonstruksi beragam hal seperti itu sebagai bagian dari pengalaman masa lampau, dan memproyeksikan hal-hal itu yang dikaitkan dengan harapan yang bisa terjadi di masa datang. Penulis melakukan wawancara (*interview*) kepada Bapak Tony yang terkait dengan Administrasi Pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten.

5. Teknik Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman dalam H.B Sutopo (2006:113-116), terdapat tiga komponen dalam analisis data yaitu:

1) Reduksi data

Reduksi data adalah bagian dari proses yang mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga narasi sajian sata dan simpulan-simpulan dari unit-unit permasalahan yang telah dikaji dalam pengamatan dapat dilakukan. Reduksi data dibuat dengan membuat ringkasan isi dari catatan data yang diperoleh di lapangan.

2) Penyajian data

Sajian data disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa pengamatan yang merupakan kalimat dan bahasa yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan mudah dipahami. Sajian data selain dalam bentuk narasi kalimay, juga dapat meliputi berbagai jenis matriks, gambar/skema, dan juga table sebagai pendukung narasinya.

3) Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-binar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan verifikasi yang merupakan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali pada catatan lapangan. Verifikasi bahkan juga dapat dilakukan dengan usaha yang lebih luas dengan melakukan replikasi dalam satuan data lain. Pada dasarnya makna data harus diuji validitasnya supaya simpulan penelitian menjadi lebih kokoh dan lebih bisa dipercaya.

BAB III

DESKRIPSI LEMBAGA/INSTANSI

A. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Intan Pariwara adalah perusahaan penerbitan yang didirikan pada tahun 1982. Sejak didirikan hingga sekarang, PT. Intan Pariwara selalu berusaha ikut berperan aktif dalam meningkatkan kualitas pendidikan nasional. Hal ini dapat dilihat dari mutu produk – produk yang dihasilkan oleh PT. Intan Pariwara mulai dari jenjang TK sampai SMA atau SMK.

Berikut ini sekilas tentang PT. Intan Pariwara:

- a. Lebih dari 25 tahun sebagai penerbit & percetakan skala nasional
- b. Memiliki 11 Perusahaan Group
- c. Produk–produk dari PT. Intan Pariwara berupa buku pelajaran, referensi, alat peragaan dan alat tulis
- d. Konsentrasi pasar yang dituju adalah sekolah-sekolah mulai dari jenjang TK hingga SMA
- e. Sasaran potensi yang dituju adalah siswa, guru, dan orang tua siswa

Cikal bakal PT Intan Pariwara bermula dari toko buku dan alat tulis Sumber Kawruh yang didirikan oleh Bapak Suwito di Jalan Pemuda, Klaten. Usaha toko buku ini berkembang, sehingga pada tahun 1969 Bapak Suwito mencoba untuk menerbitkan sendiri beberapa buku pelajaran. Hasil yang positif dari pasar membuat Bapak Suwito untuk lebih serius mendalami bidang penerbitan.

Buku-buku terbitan Sumber Kawruh mulai banyak digunakan di Jawa Tengah, terutama di daerah eks-Karesidenan Surakarta. Kemudian perusahaan pun melakukan pengembangan usaha ke provinsi-provinsi lainnya. Pada saat itu penerbitan masih merupakan badan usaha perorangan, dengan 9 karyawan, dan berlokasi di rumah Bapak Suwito di Jalan Cempaka 40, Klaten. Karena belum memiliki mesin cetak sendiri, naskah-naskah yang sudah diedit lalu dikirim ke percetakan di luar kota Klaten untuk dicetak.

Untuk mempermudah sistem pengendalian manajemen maka pada tanggal 3 November 1976, unit-unit perusahaan dipisahkan. Unit bisnis penerbitan diberi nama Penerbit Intan yang beralamatkan di Jalan Bhayangkara II/20 dengan luas tanah +25.641 m². Unit bisnis toko buku dan alat tulis Sumber Kawruh masih dipertahankan sampai sekarang.

Seiring dengan perkembangan bisnis perusahaan, maka pada tahun 1978 Penerbit Intan beralih dari perusahaan perorangan menjadi persekutuan komanditer. Nama CV. Intan disahkan dengan akta notaris 12/78 tanggal 20 Juli 1978. Karena pada saat itu nama CV. Intan ada dua perusahaan, pada tanggal 8 November 1982 CV. Intan diubah menjadi PT. Intan Pariwara.

Intan Pariwara mempunyai arti sebagai berikut :

- a. Intan adalah permata yang indah berkilau, bernilai tinggi, dan tahan benturan sehingga diharapkan perusahaan mampu bertahan dalam berbagai situasi persaingan bisnis. Nama ini dipilih karena mudah dibaca, dikenal dan diingat.
- b. Pariwara berarti penyebar informasi pendidikan dan ilmu pengetahuan ke mana-mana.

Berkembangnya perusahaan yang semakin pesat maka, PT Intan Pariwara membutuhkan lahan yang cukup luas. Oleh karena itu, pada tahun 1984 PT Intan Pariwara pindah di Jalan Beringin. Sekarang Jalan Beringin berubah menjadi Jalan Ki Hajar Dewantara, PO BOX 111, Klaten, dengan luas tanah +3,5 ha.

Fasilitas Operasional Perusahaan:

- a. Lokasi Penerbit & Kantor Pusat berdiri di atas tanah + 1,5 ha
- b. Lokasi Percetakan berdiri di atas tanah + 3,5 ha terletak di Jl. Ki Hajar Dewantoro, 111 Kabupaten Klaten - Jawa Tengah
- c. Titik Distribusi Nasional : + 140 kota/kabupaten
- d. Total SDM/ Karyawan : + 1540 karyawan

Adapun pembagian karyawan antara kantor pusat dengan kantor perwakilan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Daftar Jumlah Karyawan PT. Intan Pariwara Klaten

No	Keterangan	Jumlah
1	Kantor Pusat	508 karyawan
2	Kantor Perwakilan	998 karyawan

Sumber: HRD PT. Intan Pariwara

B. Visi dan Misi PT. Intan Pariwara

Visi PT Intan Pariwara adalah "Ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dengan menyediakan sarana pendidikan yang bermutu". Untuk mencapai visi tersebut perusahaan mempunyai misi "Menciptakan sarana ilmu pengetahuan dengan harga terjangkau". Sedangkan filosofi atau credo perusahaan adalah "Mari Bersama Intan Pariwara Mencerdaskan Bangsa". PT. Intan Pariwara sangat aktif dalam peningkatan pendidikan nasional di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan kualitasnya buku-buku serta produk-produk pendukung lainnya yang sangat bermanfaat bagi kegiatan belajar mengajar di sekolah. Berbagai program yang dicanangkan pemerintah, khususnya Departemen Pendidikan Nasional dan Departemen Agama pun secara aktif diikuti oleh PT. Intan Pariwara. Dengan mengedepankan etika bisnis yang baik sesuai dengan yang telah ditetapkan pemerintah, PT. Intan Pariwara juga telah berhasil menciptakan lapangan kerja, baik bagi yang berada di wilayah kantor pusat maupun di daerah-daerah (perwakilan atau agen atau distributor atau toko buku). PT. Intan Pariwara pun selalu memberi perhatian terhadap kesejahteraan karyawan, rekanan kerja, dan selalu termotivasi untuk memberikan nilai tambah terhadap kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, visi dari perusahaan adalah meningkatkan potensi anak didik melalui buku-buku pelajaran dan penunjang yang berkualitas.

Sedangkan Misi dari PT. Intan Pariwara adalah :

- a. Membekali anak didik dengan ilmu pengetahuan
- b. Meningkatkan kecerdasan anak didik
- c. Membekali anak didik dengan kecakapan
- d. Member pelayanan terbaik kepada dunia pendidikan.

C. Logo PT. Intan Pariwara

Berikut ini merupakan logo yang diambil dari singkatan PT. Intan Pariwara, yaitu IP (Intan Pariwara).

Gambar 3.1

Logo PT. Intan Pariwara



Sumber : PT. Intan Pariwara Klaten

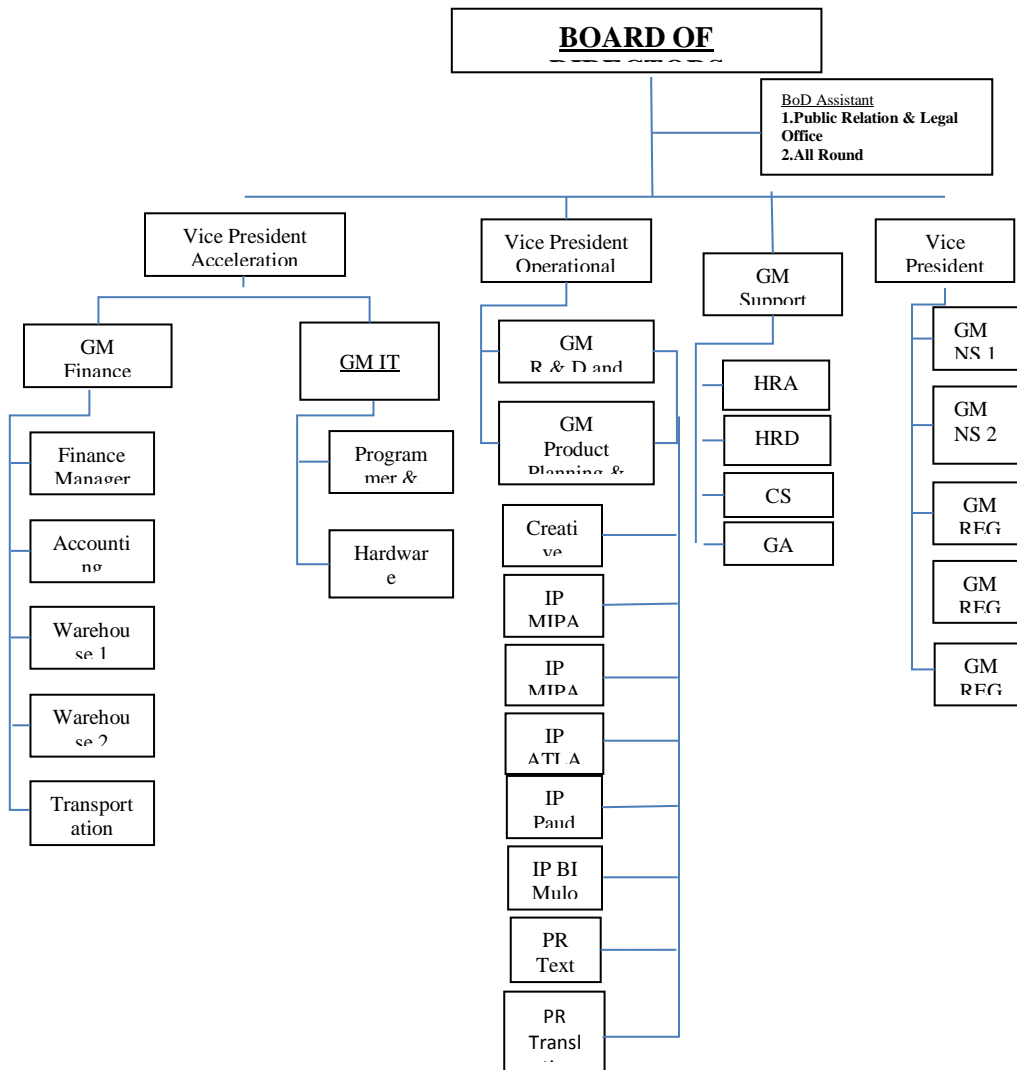
D. Jaringan Perusahaan Intan Pariwara Group

1. PT Pakar Raya (Bandung)
Penerbit buku referensi terjemahan dari luar negeri
2. PT Sunda Kelapa Pustaka (Jakarta)
Penerbit buku sains
3. PT Citra Aji Pratama (Yogyakarta)
Penerbit buku pelajaran & pelengkap (EYD, Pupi, Atlas, Tabel Mat)
4. PT Saka Mitra Kompetensi (Klaten)
Penerbit buku sekolah Kejuruan (SMK)
5. PT Cempaka Putih (Klaten)
Penerbit buku ilmu sosial: PPKN, Sejarah, Ekonomi, Agama, dll
6. PT Intan Pariwara (Klaten)
Penerbit buku pelajaran dari TK s.d SMU
7. PT Apsara Tiyasa Sambada (Klaten)
Produk alat tulis sekolah dan alat peraga
8. PT Pustaka Insan Madani (Yogyakarta)
Penerbit buku-buku islami
9. PT Literatur Media Sukses (Jakarta)
Penerbit buku pelajaran mendukung Ujian Akhir Nasional
10. PT Macanan Jaya Cemerlang (Klaten)
Percetakan
11. PT Intan Sejati (Klaten)
Percetakan
12. PT. Sentra Kriya Edukasi (Klaten)
Alat peraga untuk praktikum

E. Struktur Organisasi PT. Intan Pariwara

Adapun Struktur Organisasi PT. Intan Pariwara secara global adalah :

Gambar 3.2



Sumber : PT. Intan Pariwara Klaten

F. Job Description

Adapun pembagian tugas dari masing-masing divisi adalah :

1. Board of Directors

a. Perencanaan (Planning)

Menentukan garis-garis besar dalam memulai usaha

b. Mengorganisasi (Organizing)

Setelah bagian direksi menetapkan rencana, kemudian membagi antara anggota manajemen dan bawahannya serta mengadakan penggolongan dengan tugasnya masing-masing golongan dan mendapat kekuasaan yang didelegasikan padanya dari direksi.

c. Menggerakkan (Actuating)

Mengambil tindakan-tindakan seperti memimpin, memerintah, menginstruksikan, mengadakan hubungan, member nasihat kepada bawahan supaya tujuan perusahaan bisa tercapai.

d. Pengawasan (Controlling)

Mengawasi dan memasatkan apakah pekerjaan bawahannya berjalan dengan memuaskan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan didalam perencanaan.

2. Board of Director Assitant

Melaksanakan tugas yang dilimpahkan dalam membantu tugas kepemimpinannya direksi, baik urusan yang ada di dalam perusahaan, maupun tugas di luar perusahaan.

3. Vice President Acceleration

Mengatur dan mengontrol semua jenis kegiatan yang berhubungan dengan keuangan dan pembukuan baik di kantor pusat maupun di kantor perwakilan.

4. Vice President Operational

a. Bertanggung jawab penuh terhadap kualitas dan kuantitas hasil produksi

b. Bertanggung jawab atas stok untuk memenuhi pasar.

5. *Vice President Retail Marketing*

- a. Membuat program-program dan strategi marketing
- b. Mengontrol perkembangan semua kantor cabang perwakilan PT. Intan Pariwara yang ada diseluruh Indonesia
- c. Presentasi *product knowledge* kepada relasi.

6. *Vice President Project Marketing*

Menangani semua bentuk proyek dari pemerintah maupun swasta.

7. *Support Division*

- a. Monitoring dan mengembangkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) karyawan.
- b. Mensupport divisi/kegiatan yang ada di dalam maupun di luar perusahaan baik yang berhubungan dengan karyawan maupun masyarakat luas.

Pembagian tugas untuk yang lain :

1. Bagian Produksi

a. *General Manajer Planning Product & Controlling*

1. Menentukan rancangan produk dari segi isi, fisik dan segi marketing.
2. Menentukan standar mutu produk (spesifikasi isi atau fisik) dan target waktu penyelesain produk.
3. Merencanakan pengadaaan kelengkapan produk dan saran promosi usulan insentif.
4. Meminta persetujuan dari VPO (*Vice President Operational*) atas rencana kerja beserta kelengkapannya.
5. Mengoderkan tugas produksi ke setiap PM (*Production Manager*)
6. Menentukan teknik/cara dan jadwal pemantauan proses produksi ke setiap Unit Produksi.
7. Membahas dan mengkoordinasi teknis dan jadwal pembuatan sarana promosi.
8. Menugasi *Product Planning Manager* untuk menjelaskan kepada setiap *Production Manager* mengenai teknis pemantauan dari segiwaktu produksi.

9. Meminta laporan pantauan dari *Product Planning Manager* dan *Quality Control Manager* setiap 2 minggu.
 10. Melakukan pendekatan dan merintis kerja sama dengan penerbit-penerbit yang dibutuhkan Intan Pariwara Group.
- b. QCM (*Quality Control Manager*)
1. Ikut serta merencanakan program penulisan naskah di unit produksi Intan Pariwara Group.
 2. Mengontrol kualitas setiap produk naskah Intan Pariwara Group.
 3. Bekerja sama dengan R & D dalam usaha meningkatkan kemampuan SDM di unit produksi.
 4. Mensupport NSM dalam hal keunggulan produk.
 5. Melaporkan hasil pantauan produksi kepada GM PPC.
- c. PPM (*Product Planning Manager*)
1. Merencanakan produk.
 2. Monitoring dan Controlling atas ketepatan waktu.
 3. Melaporkan hasil monitoring dan controlling ke GM PPC.
 4. Mengkoordinir pengadaan sarana promosi.
- d. PPM(*Product Planning Manager*)
1. Merencanakan produk.
 2. Monitoring dan Controlling atas ketepatan waktu.
 3. Melaporkan hasil monitoring dan controlling ke GM PPC.
 4. Mengkoordinir pengadaan sarana promosi.
- e. *Design*
1. Membuat gambar cover buku.
 2. Membuat gambar ilustrasi.
 3. Mencari foto.
- f. *Lay Out/ TL*
1. Memformat naskah dari editor.
 2. Membuat data buku.
 3. Membuat PDF.
 4. Menentukan bidang cetak, jenis huruf, ketebalan raster.
 5. Bertanggung jawab penuh pada kebenaran hasil pengetikan.

g. *Editor Import Book*

1. Menerjemahkan buku dari penerbit luar negeri dijadikan buku dalam bahasa Indonesia
2. Mengedit hasil tulisan sendiri maupun rekan lain dalam satu tim.

h. *Editor Text Book*

1. Menulis naskah bahasa Inggris sesuai Kurikulum
2. Mengedit hasil tulisan sendiri maupun rekan lain dalam satu tim.

2. Bagian HRD

a. *HRD Manager*

1. Bertanggung jawab terhadap pemenuhan kebutuhan penambahan karyawan baik yang di kantor pusat maupun kantor perwakilan.
2. Bertanggung jawab terhadap peningkatan kualitas SDM karyawan.
3. Mengkoordinasi tugas-tugas koordinator rekrutmen dan *training*, juga tugas-tugas koordinator *people development*. Sekaligus mengontrol dan mengevaluasi kinerja mereka.

b. *Rekrutment*

1. Mendata para pelamar pekerjaan dari surat lamaran pekerjaan.
2. Mengarsip surat lamaran pekerjaan.
3. Mengarsip data karyawan.
4. Menyeleksi calon karyawan.
5. Mengoreksi tes.
6. Interview calon karyawan.

c. *People Development*

1. Menyelenggarakan pelatihan-pelatihan
2. Memonitoring karyawan
3. Pengangkatan karyawan tetap
4. Menampung aspirasi karyawan
5. Menyalurkan PKL dan magang
6. Memaksimalkan kinerja karyawan
7. Membuat promosi jabatan
8. Meningkatkan mutu kinerja karyawan.

3. Bagian Logistik

1. Pengadaan barang, blangko dan alat-alat kantor
2. Melayani perlengkapan alat kantor tiap-tiap divisi.
3. Pengiriman blangko di agen.
4. Pengiriman alat-alat komputer ke perwakilan.
5. Merekap pemasukan barang, blangko dan alat-alat kantor.
6. Persediaan alat-alat kantor dan komputer.
7. Membuat laporan pengeluaran logistik.

4. NSM (*Nasional Sales Manager*)

1. Membuat Program untuk memasarkan produk supaya laku dipasaran
2. Monitoring produk mulai dari percetakan, pengiriman, penjualan produk keperwakilan

5. Bidang Umum

1. Bagian kendaraan (Transportasi) bertugas membantu direksi dalam pengadaan kendaraan yang dibutuhkan perusahaan, serta merawatnya.
2. Bagian Rumah Tangga (Warehouse) bertugas membantu direksi dalam pengadaan barang-barang kebutuhan rumah tangga perusahaan serta merawatnya.

6. Ketentuan - Ketentuan Umum

a. Hari dan Jam Kerja

- 1) Hari Senin – Jum'at pukul 07.30-15.45 WIB dengan waktu istirahat pukul 11.45 – 12.45 WIB.
- 2) Hari Sabtu pukul 07.30 – 12.45 WIB, tanpa waktu istirahat.
- 3) Hari Libur

Hari libur adalah hari Minggu dan hari-hari besar yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

b. Kerja Lembur

- 1) Kerja yang dilakukan di luar jam kerja menurut ketentuan perusahaan adalah kerja lembur
- 2) Kerja lembur dilakukan dengan Peraturan Kerja Lembur yang ditetapkan oleh perusahaan.

c. Masa kerja dan Cuti

- 1) Masa kerja adalah jangka waktu bekerja dalam perusahaan.
- 2) Dalam masa kerja terdapat masa cuti, yang pelaksanaannya diatur dan ditetapkan oleh perusahaan.

d. Karyawan

- 1) Karyawan adalah orang yang bekerja dalam suatu perusahaan.
- 2) Pengangkatan dan pemberhentian karyawan dilakukan menurut peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan.
- 3) Kepada karyawan diberikan gaji dan tunjangan kesejahteraan yang diatur oleh peraturan yang ditetapkan oleh Perusahaan.
- 4) Karyawan bekerja menurut Tata Tertib yang ditetapkan oleh Perusahaan.

e. Tata Tertib Kerja

- 1) Setiap karyawan masuk bekerja dan pulang tepat pada waktunya yang telah ditetapkan oleh Perusahaan.
- 2) Apabila karyawan tidak dapat hadir bekerja dengan alasan apapun sebelumnya atau pada itu memberitahu secara lisan kepada pimpinan
- 3) Setiap karyawan menggunakan pakaian seragam perusahaan pada hari kerja yang telah ditetapkan serta berpakaian rapi dan bersih dengan mengindahkan norma adat kesopanan dan kesusilaan.
- 4) Bagi karyawan yang belum menerima pakaian seragam agar berpakaian rapi dan bersih
- 5) Selama jam bekerja karyawan harus berada di tempat kerja dan tidak meninggalkan tempat kerja tanpa izin Kepala Bagian Pimpinan Perusahaan.
- 6) Selama jam kerja karyawan tidak menerima tamu siapapun kecuali untuk sesuatu keperluan yang diijinkan oleh Kepala Bagian Pimpinan Perusahaan
- 7) Berdasarkan pengangkatan karyawan dituntut tanggung jawab dan wewenang yang diberikan pimpinan perusahaan atau pejabat yang ditunjuk oleh pimpinan perusahaan

- 8) Karyawan melaksanakan pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan perusahaan dengan kapasitas aktual
- 9) Karyawan tidak meminta atau menerima sesuatu dari siapapun, baik secara langsung ataupun tidak langsung untuk kepentingan pribadi atau orang lain yang merugikan perusahaan.
- 10) Tanpa izin perusahaan karyawan tidak menyimpan atau memberitahukan data kepada pihak ketiga
- 11) Karyawan menggunakan fasilitas milik perusahaan hanya dengan izin Kepala Bagian Pimpinan Perusahaan
- 12) Karyawan memperlakukan barang-barang milik perusahaan menurut petunjuk atas ketentuan yang ditetapkan oleh Pimpinan perusahaan
- 13) Hubungan antar karyawan dilakukan dengan mengindahkan norma adat kesopanan dan kesusilaan
- 14) Karyawan tunduk kepada peraturan dan petunjuk yang ditetapkan oleh perusahaan.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Kegiatan administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten

Administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten merupakan serangkaian kegiatan yang menyangkut proses pemasaran, seperti dokumen-dokumen yang menunjang dalam kelancaran pemasaran produk. Dalam hal ini penulis membahas tentang administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten yang telah penulis pelajari pada saat magang.

Menurut Wawonruntu dalam saiman (1997:17) kegiatan tata usaha merupakan kegiatan yang berhubungan dengan jasa-jasa perkantoran yang terdiri dari tata hubungan, kearsipan, pencatatan dan korespondensi.

Adapun kegiatan administrasi pemasaran yang diterapkan di PT. Intan Pariwara Klaten sesuai penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten adalah sebagai berikut :

- 1) Tata Hubungan
- 2) Kearsipan dan,
- 3) Pencatatan

1. Tata hubungan

Untuk menjaga hubungan yang baik dengan relasi atau pelanggan, PT. Intan Pariwara Klaten melakukan kegiatan surat-menyurat mengenai pemasaran yang akan dilakukan. PT. Intan Pariwara Klaten juga melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah negeri maupun swasta birokrasi (Dinas Pendidikan Kabupaten/Kota Provinsi) dan Organisasi Profesi seperti, Ikatan Guru Taman Kanak-Kanak Indonesia (IGTKI), Kelompok Kerja Guru (KKG), Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP), Musyawarah Kerja Kepala Sekolah (MKKS). Seperti penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten yang menyatakan sebagai berikut.

“Surat menyurat yang dilakukan antara PT. Intan Pariwara Klaten dengan relasinya yaitu, surat penawaran untuk pelanggan, surat pesanan atau nota pesanan, dan surat pemberian hadiah untuk pelanggan”.

Surat penawaran, Surat Pesanan dan Surat Pemberian Hadiah merupakan rekaman tertulis yang termasuk dalam dokumen di pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten.

a. Surat Penawaran

Dalam menawarkan produk terbaru yang baru saja *release* PT. Intan Pariwara Klaten memberikan surat penawaran kepada seluruh konsumennya yang tersebar diseluruh Indonesia untuk sekolah Negeri maupun swasta. Untuk sekolah Negeri yang mendapatkan dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) dapat mengalokasikan sisa kurang dari 20% dana BOS yang dapat digunakan untuk pembelian buku lainnya. PT. Intan Pariwara Klaten menawarkan buku-buku pengayaan, buku-buku referensi, buku-buku teks pelajaran dan buku-buku panduan pendidik yang dapat dijadikan pilihan utama bagi pendidik dalam membantu peserta didik memperkaya dan meningkatkan pengetahuan dan wawasannya. Surat penawaran produk ini berisi penjelasan tentang keunggulan produk seperti dilengkapi dengan *power point* pembelajaran yang bisa di download di *website* Intan Pariwara, dilengkapi dengan Buku Pegangan Guru, CD Listening, CD Menyimak, contoh RPP dan Silabus. Dilampiri dengan daftar harga buku yang isinya spesifikasi dan harga.

Dengan dikirimnya surat penawaran ke sekolah-sekolah maka jika konsumen tertarik dan akan memesan suatu produknya maka bagian pemasaran akan mengirimkan atau memberikan surat pesanan untuk digunakan sebagai dokumen pemesanan produk.

b. Surat Pesanan

Surat Pesanan atau disebut nota pesanan dibuat setelah konsumen melakukan pemesanan buku melalui sales kantor perwakilan atau Branch Office (BO) di masing-masing daerah yang tersebar di seluruh Indonesia.

Nota pesanan dibuat bertujuan untuk merekap pesanan konsumen. Berisi nama pemesan, alamat pemesan, nomer pesanan, judul buku yang dipesan dan jumlah eksemplarnya. Setelah dibuat nota pesanan selanjutnya dikeluarkan nota penjualan yang bertujuan untuk mengetahui jumlah atau harga yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada sales PT. Intan Pariwara. Nota penjualan berisi kuantum atau jumlah eksemplar buku, judul buku, nama penerbit buku, harga satuan, rabat dan jumlah atau total harga. Setelah itu nota penjualan dari sales diberikan ke bagian penjualan untuk diproses selanjutnya.

c. Surat pemberian hadiah

Surat pemberian hadiah ini dikirimkan bertujuan untuk memberikan hadiah kepada pelanggan PT. Intan Pariwara yang telah melakukan pembelian dengan jumlah yang besar sesuai dengan ketentuan jumlah minimal pembelian yang ditentukan oleh PT. Intan Pariwara Klaten.

Surat pemberian hadiah ini berisi tentang hadiah yang diberikan contohnya seperti, TV LCD 21 inch, Laptop, Tas, dan *Flashdisk*, jaket.

Pihak sekolah dapat *request* (meminta) hadiah dapat diganti sesuai dengan permintaan pelanggan seperti *sponsor* atau pembiayaan untuk liburan ke dalam atau ke luar negeri. Konsumen bisa mendapatkan hadiah apabila konsumen membayar secara cash buku-buku pelajaran yang dipesan.

2. Kearsipan

Kearsipan meliputi korespondensi, penyusunan laporan, kalkulasi dan penyimpanan surat dan dokumen arsip. Sesuai dengan penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten Di PT. Intan Pariwara Klaten yang perlu diarsip di bagian administrasi pemasarannya yaitu:

a. Usulan hadiah dari *Branch Office* (BO)

Usulan hadiah yang akan diberikan pada konsumen dari kantor cabang perwakilan dari seluruh cabang PT. Intan Pariwara Klaten yang tersebar di seluruh Indonesia untuk pelanggan yang membeli produk buku atau konsumen yang jumlah pembeliannya sesuai dengan target dari PT. Intan Pariwara untuk mendapatkan hadiah.

Dan untuk meningkatkan jumlah pesanan dan jumlah penjualan. PT. Intan Pariwara memberikan hadiah setiap pembelian produk buku pelajaran. Hadiah tersebut berupa, *flashdisk*, tas, laptop, TV 21 inch, jaket, smartphone. Pengadaan hadiah dari usulan kantor cabang mengusulkan hadiah ke kantor pusat. Selanjutnya kantor pusat menganalisa hadiah yang diajukan tersebut setelah itu kantor pusat memberikan informasi ke kantor cabang. Sebelum hadiah siap dikirimkan ke konsumen, hadiah tersebut diberi *sticker* berlogo IP bertujuan sebagai pengingat kepada konsumen ketika mereka menggunakannya.

b. Usulan kegiatan

PT. Intan Pariwara Klaten berpartisipasi aktif dalam beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh dinas pendidikan, pihak swasta dan sekolah – sekolah seperti, pameran, sponsor dan seminar.

Adapun penjelasan beberapa kegiatan diatas sebagai berikut :

1) Seminar

PT. Intan Pariwara juga berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan seminar maupun workshop.

Berikut ini kegiatan seminar maupun workshop yang diadakan oleh PT. Intan Pariwara adalah :

- a. Seminar sosialisasi kurikulum, pembuatan silabus, dan penulisan naskah bekerjasama dengan PUSKUR DEPDIKNAS.
- b. Kursus gratis peningkatan cara mengajar bahasa inggris bagi guru-guru SD selama tiga bulan.
- c. Seminar “Edutainment Pembelajaran Agama Islam” bekerjasama dengan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Eksistensi peningkatan kualitas pembelajaran di bidang Fisika, Matematika dan Kimia bagi guru-guru SMA bekerja sama dengan UGM. Seminar dan workshop ini dinilai efektif selain sebagai kegiatan bagi kesejahteraan relasi.

Kegiatan ini juga sebagai ajang bertukar pikiran antara PT. Intan Pariwara dengan para peserta atau relasi, dan nantinya dapat meningkatkan volume penjualan, karena buku yang dihasilkan sesuai dengan kurikulum.

2) Pameran

PT. Intan Pariwara juga berpartisipasi aktif dalam kegiatan pameran buku yang diadakan oleh dinas pendidikan, pihak swasta maupun dari sekolah-sekolah. Pameran buku yang diikuti tidak hanya di wilayah lokal saja, tetapi juga wilayah nasional. PT. Intan Pariwara tergabung dalam IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia). Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) didirikan tanggal 17 Mei 1950 di Jakarta atas prakarsa dan kesepakatan beberapa penerbit nasional ketika itu. Lahirnya IKAPI, Juga dijiwai hasrat yang besar untuk membantu pemerintah dalam membangun masyarakat Indonesia yang cerdas.

PT. Intan Pariwara Klaten berpartisipasi dalam kegiatan pameran buku yang diadakan oleh IKAPI di Istora Gelora Bung Karno di Jakarta. Kegiatan tersebut berlangsung pada tanggal 1 November 2014 sampai dengan 9 November 2014. Kemudian untuk tahun 2015 PT. Intan Pariwara juga mengikuti pameran buku di Gedung Balai Pemuda, Surabaya. Acara pameran buku dilaksanakan dalam rangka HUT Kota Surabaya ke-721 yang bekerja sama dengan Badan Arsip dan Perpustakaan Kota Surabaya pada tanggal 1 Mei 2015 sampai dengan 7 Mei 2015.

3) Sponsor

PT. Intan Pariwara hanya fokus pada sponsor untuk kegiatan sekolah maupun olimpiade. Karena sesuai dengan visi dan misi PT. Intan Pariwara serta subyek pemasaran yang hanya untuk guru, siswa dan wali murid. Pada tahun 1992 PT. Intan Pariwara Klaten menjadi sponsor tunggal Olimpiade Fisika tingkat dunia

di Amerika Serikat. Berbagai usulan kegiatan diatas akan diarsipkan oleh pemasaran sebagai rangkaian proses administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten.

c. Pembagian contoh buku

Buku-buku yang baru saja *release* akan dibuatkan contoh buku khusus yang tidak untuk dijual. Bertujuan untuk melakukan promosi ke sekolah – sekolah dan juga saat diadakan kegiatan bedah buku. Sehingga konsumen tahuisi buku dan spesifikasinya seperti apa jika dibuatkan contoh buku.

3. Pencatatan

Kegiatan pencatatan dalam administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten menurut penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten “Meliputi, kegiatan pencatatan relasi atau mitra kerja, pencatatan kantor cabang yang ada di seluruh Indonesia, perekapan hasil pemasaran per BO atau per kantor perwakilan yang tersebar di seluruh Indonesia.”

a. Kegiatan pencatatan daftar *Branch Office* (BO)

Produk yang siap didistribusikan ke seluruh Indonesia melalui jaringan diseluruh negeri ada sekitar 140 *Branch Office* (BO) atau kantor perwakilan yang tersebar di seluruh Indonesia, yang tercatat perdaerah atau di masing-masing *Branch Office* (BO) atau kantor perwakilan PT. Intan Pariwara Klaten, untuk mempermudah akses pelanggan yang ada di seluruh Indonesia maka disediakan *Branch Office* (BO) atau kantor perwakilan yang hampir ada diseluruh Kota-Kota besar di setiap Provinsi di Indonesia. Adapun daftar kantor perwakilan PT. Intan Pariwara sebagi berikut:

Gambar 4.1

Daftar kantor Branch Office (BO) atau perwakilan PT. Intan Pariwara

No.	Nama Kota/ Kabupaten	No	Nama Kota/ Kabupaten
1.	Aceh	64.	Serang
2.	Medan	65.	Tangerang
3.	P. Siantar	66.	Jakarta
4.	Delli Serdang	67.	Depok
5.	Rantau Prapat	68.	Bekasi
6.	P. Sidempuan	69.	Bogor
7.	Bukit Tinggi	70.	Cianjur
8.	Solok	71.	Karawang
9.	Batang Hari	72.	Purwakarta
10.	Padang	73.	Bandung
11.	Muara Bungo	74.	Garut
12.	Dumai	75.	Tasikmalaya
13.	Pekanbaru	76.	Indramayu
14.	Tanjung Pinang	77.	Cirebon
15.	Batam	78.	Banjarpatroman
16.	Rengat	79.	Tegal
17.	Jambi	80.	Cilacap
18.	Bengkulu	81.	Purwokerto
19.	Lahat	82.	Pemalang
20.	Palembang	83.	Pekalongan
21.	Sungai Liat	84.	Majalengka
22.	Bangka	85.	BanjarNEGARA
23.	Prabumulih	86.	Kebumen
24.	Batu Raja	87.	Yogyakarta
25.	Kota Bumi	88.	Klaten
26.	Lampung	89.	Magelang
27.	Metro	90.	Salatiga
28.	Semarang	91.	Kudus
29.	Porwodadi	92.	Pati
30.	Boyolali	93.	Sukoharjo
31.	Solo	94.	Ngawi
32.	Madiun	95.	Ponorogo
33.	TulungAgung	96.	Pacitan
34.	Kediri	97.	Malang
35.	Blitar	98.	Nganjuk
36.	Mojokerto	99.	Bojonegoro
37.	Lumongan	100.	Surabaya
38.	Sidoarjo	101.	Pasuruan
39.	Lumajang	102.	Probolinggo
40.	Situbondo	103.	Jember
41.	Bangkalan	104.	Banyuwangi
42.	Pamengkasan	105.	Denpasar
43.	Tabanan	106.	Gianyar
44.	SingKawang	107.	Pontianak
45.	Sintang	108.	Sanggau
46.	Palangkaraya	109.	Barabai
47.	Sampit	110.	Banjarmasin
48.	Makasar	111.	Balikpapan
49.	Samarinda	112.	Banjarbaru
50.	Tarakan	113.	Bulukumba
51.	Bau-Bau	114.	Pare-Pare
52.	Palopo	115.	Kendari

Sumber : Dokumen PT. Intan Pariwara Klaten

b. Kegiatan pencatatan relasi

Pencatatan relasi atau mitra kerja PT. Intan Pariwara Klaten yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Bagian pemasaran bertugas juga sebagai pusat database yang meliputi data sekolah dari jenjang PAUD, TK, SMP, SMA dan SMK di Kabupaten/Kota dan Provinsi. Daftar relasi PT. Intan Pariwara Klaten terdapat pada software khusus mengenai relasi yang dikelola oleh bagian pemasaran. Berikut ini gambar software relasi yang digunakan bagian pemasaran dalam mengelola daftar relasi PT. Intan Pariwara Klaten.

Gambar 4.2

Software daftar relasi PT. Intan Pariwara Klaten

wp_users

No	Nama Field	Type	Panjang	Keterangan
1	ID	int	20	ID
2	user_login	string	60	user_login
3	user_pass	string	64	user_pass
4	user_nicename	string	50	user_nicename
5	user_email	string	100	user_email
6	user_url	string	100	user_url
7	user_registered	datetime	19	user_registered
8	user_activation_key	string	60	user_activation_key
9	user_status	int	11	user_status
10	display_name	string	250	display_name

Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan Pariwara Klaten

Jadi, software ini berisi tentang database sekolah yang ada di seluruh Indonesia Software relasi yang lengkap ada di kantor perwakilan atau Branch Office (BO), di kantor pusat PT. Intan Pariwara klaten hanya memiliki software relasi potangan di bagian pemasaran mempunyai data-data sekolah meliputi, nama sekolah, nama kepala sekolah, alamat lengkap sekolah, nomor telephon, dan email sekolah. Setelah itu setiap sekolah mempunyai USER ID yang dapat diguakan untuk melakukan pemesanan produk secara online melalui aplikasi Intan Online.

Pemasaran buku di PT. Intan Pariwara Klaten dilakukan melalui *software relasi* dan mengirim email sesuai dengan promosi ke sekolah-sekolah. Sales PT. Intan Pariwara Klaten akan mendatangi sekolah-sekolah sesuai dengan data yang ada di kantor cabang PT. Intan Pariwara Klaten seluruh Indonesia. Setelah kantor-kantor cabang menerima pesanan, kantor-kantor cabang PT. Intan Pariwara Klaten akan segera menginput pesanan buku dan direkap di kantor PT. Intan Pariwara pusat di Klaten.

Bagian pemasaran bertugas menerima dan menangani order. Setelah itu bagian pemasaran akan membuatkan nota pesanan kemudian mengisi apa saja yang akan dipesan oleh konsumen.

Setelah itu sales menyerahkan kepada admin gudang agar dicek terlebih dahulu ketersediaan produk buku tersebut. Setelah telah dicek ke gudang dan produk buku tersedia maka admin gudang akan menyiapkan dan mengepak produk buku tersebut menggunakan kardus. Kemudian kardus ditemplei dengan data judul buku, jumlah buku, dan nama kantor cabang yang memesan dan diberi nomer koli beserta nomer pesanan. Setelah siap admin gudang memproses pengiriman pesanan sesuai dengan nama kantor cabang yang akan dikirim dengan menggunakan jalur darat atau laut.

c. Kegiatan perekapan hasil pemasaran

Kegiatan pencatatan lainnya dalam administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten adalah perekapan hasil penjualan sales per *Branch Office* (BO) atau kantor perwakilan dengan melakukan perhitungan untuk data-data laporan pemasaran. Pencatatan laporan pemasaran dilakukan seperti pencatatan hasil penjualan dari sales dari masing-masing Branch Office (BO) atau kantor perwakilan yang akan dilaporkan ke pusat dalam satu bulan sekali, hal tersebut didukung dari bagian national sales manager (NSM) atau pemasaran. Dengan melakukan pencatatan pesanan dan hasil penjualan dari seluruh kantor cabang PT. Intan Pariwara seluruh Indonesia

Tabel 4.1

Tabel rekap hasil pemasaran PT. Intan Pariwara Klaten

kode	Nama	Rmsm	tutup	Saldo piutang < TAB 05/06
------	------	------	-------	---------------------------

pwk			buku	Penjualan Netto	Saldo piutang	%Piut
	MARJONO					
PACH	PWK. ACEH	RM1 AM1	09/03/12	-	-	0,00%
PBTM	PWK. BATAM	RM1 AM1	09/03/12	427.705.472	14.739.750	2,33%
PTPN	PWK. TANJUNGPINANG	RM1 AM1	08/03/12	212.476.210	2.406.825	1,27%
PBGK	PWK. BANGKA	RM1 AM1	07/03/12	634.092.623	79.966.789	12,99%
PSGL	PWK. SUNGAI LIAT	RM1 AM1	04/03/12	8.395.403	1.243.128	0,47%
	PWK. BELITUNG	RM1 AM1	00/01/00	-	-	
	RM1 AM1			1.282.669.708	98.356.492	4,01%

Sumber : Dokumen PT. Intan Pariwara Klaten

d. Pencatatan kegiatan *Marketing Mix*/ Bauran Pemasaran

Menurut Basu Swastha dan Irawan (1990:78), *Marketing Mix* adalah kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan inti dari pemasaran konsumen ,yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).

Adapun penerapan Marketing Mix pada PT. Intan Pariwara Klaten adalah sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

PT. Intan Pariwara Klaten menghasilkan beberapa jenis buku menurut penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager Pemasaran PT. Intan Pariwara Klaten “Yang diantaranya yaitu, buku teks pelajaran, buku panduan pendidik, buku pengayaan dan buku referensi.”

a. Buku Teks Pelajaran

Buku yang berisi materi ilmu pengetahuan untuk mencapai kompetensi belajar siswa.

Disusun sesuai tingkatan pendidikan yang berlangsung di Indonesia mulai dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA dan SMK.

b. Buku Panduan Pendidik

Adalah buku yang memuat prinsip, prosedur, deskripsi materi pokok dan model pembelajaran untuk digunakan oleh para pendidik.

c. Buku Pengayaan

Adalah buku yang memuat materi yang dapat memperkaya buku teks pendidikan dasar, menengah, dan perguruan tinggi.

d. Buku Referensi

Adalah buku yang isi dan penyajiannya dapat digunakan untuk memperoleh informasi tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan budaya secara dalam dan luas.

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan, PT. Intan Pariwara Klaten selalu konsisten dalam menerbitkan buku-buku pelajaran dari tingkat TK sampai dengan SMA. Buku-buku terbitan PT. Intan Pariwara Klaten serta produk-produk lainnya telah digunakan sebagai sarana belajar mengajar bagi guru dan pelajar mulai dari tingkat TK sampai dengan SMA.

Komitmen yang tinggi terhadap kualitas produk yang dihasilkan dibuktikan dengan berprinsip bahwa produk yang dihasilkan tidak sekedar memenuhi kebutuhan guru dan siswanya tetapi produk tersebut dapat memberikan solusi serta memberikan nilai lebih bagi penggunaanya.

Beberapa jenis produk yang diterbitkan oleh PT. Intan Pariwara Klaten yaitu, buku teks pelajaran, buku panduan pendidik, buku pengayaan dan buku referensi.

a) Buku teks pelajaran

Tabel 4.2

Daftar produk buku Teks Pelajaran

No.	Judul Buku
	PAUD dan TK
1.	Paket PAUD
2.	Paket TK A
3.	Paket TK B
4.	Buku Petualang TK A
5.	Buku Petualang TK B
6.	Buku Cerita
7.	Buku TK Muslim
8.	Mulok Pinter Bahasa Jawa
	SD
1.	Kelas 1 PR Tematik
2.	Kelas 2 PR Tematik
3.	Kelas 3 PR Tematik
4.	Kelas 4 PR Tematik
5.	Kelas 5 PR Tematik
6.	Kelas 6 PR Tematik
	SMP
1.	PR Bahasa Indonesia VII
2.	PR Bahasa Inggris VII
3.	PR Matematika VII
4.	PR Ilmu Pengetahuan Alam Terpadu VII
5.	PR Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu VII
6.	PR Pendidikan Kewarganegaraan VII
7.	PR Teknologi Informasi dan Komputer VII
8.	PR Pendidikan Agama Islam VII
9.	PR Bahasa Indonesia VIII

10.	PR Bahasa Inggris VIII
11.	PR Matematika VIII
12.	PR Ilmu Pengetahuan Alam Terpadu VIII
13.	PR Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu VIII
14.	PR Pendidikan Kewarganegaraan VIII
15.	PR Teknologi Informasi dan Komputer VIII
16.	PR Pendidikan Agama Islam VIII
17.	PR Bahasa Indonesia IX
18.	PR Bahasa Inggris IX
19.	PR Matematika IX
20.	PR Ilmu Pengetahuan Alam Terpadu IX
21.	PR Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu IX
22.	PR Pendidikan Kewarganegaraan IX
23.	PR Teknologi Informasi dan Komputer IX
24.	PR Pendidikan Agama Islam IX
	SMA
1.	PR Bahasa Indonesia X
2.	PR Bahasa Inggris X
3.	PR Matematika X
4.	PR Biologi X
5.	PR Fisika X
6.	PR Kimia X
7.	PR Ekonomi X

8.	PR Geografi X
9.	PR Sosiologi X
10.	PR Sejarah X
11.	PR Pendidikan Kewarganegaraan X
12.	PR Pendidikan Agama Islam X
13.	PR Bahasa Indonesia XI
14.	PR Bahasa Inggris XI
15.	PR Matematika XI
16.	PR Biologi XI
17.	PR Fisika XI
18.	PR Kimia XI
19.	PR Ekonomi XI
20.	PR Geografi XI
21.	PR Sosiologi XI
22.	PR Sejarah XI
23.	PR Pendidikan Kewarganegaraan XI
24.	PR Pendidikan Agama Islam XI
25.	PR Bahasa Indonesia XII
26.	PR Bahasa Inggris XII
27.	PR Matematika XII
28.	PR Biologi XII
29.	PR Fisika XII
30.	PR Kimia XII
31.	PR Ekonomi XII
32.	PR Geografi XII
33.	PR Sosiologi XII
34.	PR Sejarah XII
35.	PR Pendidikan Kewarganegaraan XII
36.	PR Pendidikan Agama Islam XII
	SMK
1.	PR Bahasa Indonesia X

2.	PR Bahasa Inggris X
3.	PR Matematika X
4.	PR Sejarah Indonesia X
5.	PR Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan X
6.	PR PAI dan Budi Pekerti X
7.	PR Bahasa Indonesia XI
8.	PR Bahasa Inggris XI
9.	PR Matematika XI
10.	PR Sejarah Indonesia XI
11.	PR Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan XI
12.	PR PAI dan Budi Pekerti XI
13.	PR Bahasa Indonesia XII
14.	PR Bahasa Inggris XII
15.	PR Matematika XII
16.	PR Sejarah Indonesia XII
17.	PR Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan XII
18.	PR PAI dan Budi Pekerti XII

Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan Pariwara Klaten

b) Buku panduan pendidik

Tabel 4.3

Daftar produk buku panduan pendidik

No.	Judul
1.	PAUD
2.	SD
3.	SMP
4.	SMA
5.	SMK

Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan Pariwara Klaten

c) Buku Pengayaan

Tabel 4.4

Daftar produk buku pengayaan

No.	Jenis Buku	Judul Buku
1.	Pendidikan Kewarganegaraan	Budaya Anti Korupsi
		Kumpulan Undang-Undang
2.	Bahasa Indonesia	Pedoman Umum EYD
		Mari Belajar menyusun Paragraf
3.	Bahasa Inggris	A Series of Better Writing Report Text
		Menulis Teks Diskusi Dalam Bahasa Inggris
4.	Matematika	Kesebangunan
		Garis dan Kedudukannya
5.	Ilmu Pengetahuan Alam (IPA)	Taktis Menguasai Elektronika Digital
		Listik Sahabat Kita
6.	Ilmu Pengetahuan Sosial	Belajar Mengenal Suku Bangsa

		Ikhtisar Sejarah Indonesia
7.	Seni Budaya dan Keterampilan	Keragaman Tari Nusantara
		Seni Rupa Terapan Indonesia
8.	Penjasorkes	Buku Pintar Atletik
		Budaya Hidup Sehat
9.	Pengembangan Diri	Tes IQ Pengembangan Hidup
		Jurus Jitu Melamar Pekerjaan
10.	Muatan Lokal	Kesenian Lokal Tradisi Jawa
11.	Pendidikan Agama Islam	Quantum AI - Fatimah

***Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan
Pariwara Klaten***

d) Buku Referensi

Tabel 4.5

Daftar produk buku referensi

No.	Jenis Buku	Judul Buku
1.	Kamus	Kamus Umum Bahasa Indonesia
2.	Ensiklopedia Agama	Atlas Agama-Agama
3.	Atlas	Atlas Tematik Kabupaten
4.	Pramuka	Sejarah dan Pendidikan Kepramukaan

***Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan Pariwara
Klaten***

2. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga jual buku-buku terbitannya PT. Intan Pariwara selalu berusaha menetapkan harga yang dapat dijangkau pasar sasaran yang akan dituju. Hal ini memiliki tujuan agar produknya dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

Menurut penjelasan dari Bapak Tony Purwono Manager Pemasaran PT. Intan Pariwara “Strategi dalam menetapkan harga jual produknya selalu didasarkan pada kondisi pasar karena harga buku-buku dapat berubah. Strategi penentuan harga juga ditetapkan untuk produk buku baru dan sedang *booming* contohnya; Detik-Detik Ujian Nasional SD, SMP dan SMA.”

Menurut Bapak Tony selaku Manager di *National Sales Marketing* di PT. Intan Pariwara Klaten harga buku ditetapkan berdasarkan perhitungan dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi atau berdasarkan spek buku, yaitu jumlah halaman, jenis kertas, isi, kertas cover dan biaya penjiilidan.

a) Buku Teks Pelajaran

Tabel 4.6

Daftar produk dan harga buku teks pelajaran

No.	Judul Buku	Harga
	PAUD dan TK	
1.	Paket PAUD	Rp. 13.500,00
2.	Paket TK A	Rp. 12.000,00
3.	Paket TK B	Rp. 12.000,00
4.	Buku Petualang TK A	Rp. 16.000,00
5.	Buku Petualang TK B	Rp. 16.000,00
6.	Buku Cerita	Rp. 25.000,00
7.	Buku TK Muslim	Rp. 15.000,00
8.	Mulok Pinter Bahasa Jawa	Rp. 14.000,00
	SD	
1.	Kelas 1 PR Tematik	Rp. 15.000,00

2.	Kelas 2 PR Tematik	Rp. 16.000,00
3.	Kelas 3 PR Tematik	Rp. 12.500,00
4.	Kelas 4 PR Tematik	Rp. 15.000,00
5.	Kelas 5 PR Tematik	Rp. 15.000,00
6.	Kelas 6 PR Tematik	Rp. 12.500,00
	SMP	
1.	PR Bahasa Indonesia VII	Rp. 13.000,00
2.	PR Bahasa Inggris VII	Rp. 13.000,00
3.	PR Matematika VII	Rp. 17.000,00
4.	PR Ilmu Pengetahuan Alam Terpadu VII	Rp. 17.000,00
5.	PR Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu VII	Rp. 17.500,00
6.	PR Pendidikan Kewarganegaraan VII	Rp. 13.000,00
7.	PR Teknologi Informasi dan Komputer VII	Rp. 15.000,00
8.	PR Pendidikan Agama Islam VII	Rp. 13.000,00
9.	PR Bahasa Indonesia VIII	Rp. 13.000,00
10.	PR Bahasa Inggris VIII	Rp. 13.000,00
11.	PR Matematika VIII	Rp. 13.000,00
12.	PR Ilmu Pengetahuan Alam Terpadu VIII	Rp. 17.000,00
13.	PR Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu VIII	Rp. 17.500,00
14.	PR Pendidikan Kewarganegaraan VIII	Rp. 13.000,00
15.	PR Teknologi Informasi dan Komputer VIII	Rp. 20.000,00
16.	PR Pendidikan Agama Islam VIII	Rp. 15.000,00
17.	PR Bahasa Indonesia IX	Rp. 13.000,00
18.	PR Bahasa Inggris IX	Rp. 13.500,00
19.	PR Matematika IX	Rp. 17.000,00

20.	PR Ilmu Pengetahuan Alam Terpadu IX	Rp. 17.500,00
21.	PR Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu IX	Rp. 17.500,00
22.	PR Pendidikan Kewarganegaraan IX	Rp. 15.000,00
23.	PR Teknologi Informasi dan Komputer IX	Rp. 15.000,00
24.	PR Pendidikan Agama Islam IX	Rp. 20.000,00
	SMA	
1.	PR Bahasa Indonesia X	Rp. 15.000,00
2.	PR Bahasa Inggris X	Rp. 12.000,00
3.	PR Matematika X	Rp. 17.000,00
4.	PR Biologi X	Rp. 17.000,00
5.	PR Fisika X	Rp. 10.000,00
6.	PR Kimia X	Rp. 15.000,00
7.	PR Ekonomi X	Rp. 17.000,00
8.	PR Geografi X	Rp. 10.000,00
9.	PR Sosiologi X	Rp. 10.000,00
10.	PR Sejarah X	Rp. 13.000,00
11.	PR Pendidikan Kewarganegaraan X	Rp. 15.000,00
12.	PR Pendidikan Agama Islam X	Rp. 12.000,00
13.	PR Bahasa Indonesia XI	Rp. 17.000,00
14.	PR Bahasa Inggris XI	Rp. 17.000,00
15.	PR Matematika XI	Rp. 13.000,00
16.	PR Biologi XI	Rp. 17.000,00
17.	PR Fisika XI	Rp. 10.000,00
18.	PR Kimia XI	Rp. 15.000,00
19.	PR Ekonomi XI	Rp. 17.000,00
20.	PR Geografi XI	Rp. 15.000,00
21.	PR Sosiologi XI	Rp. 10.000,00
22.	PR Sejarah XI	Rp. 12.000,00
23.	PR Pendidikan Kewarganegaraan XI	Rp. 15.000,00
24.	PR Pendidikan Agama Islam XI	Rp. 15.000,00

25.	PR Bahasa Indonesia XII	Rp. 20.000,00
26.	PR Bahasa Inggris XII	Rp. 20.000,00
27.	PR Matematika XII	Rp. 25.000,00
28.	PR Biologi XII	Rp. 20.000,00
29.	PR Fisika XII	Rp. 25.000,00
30.	PR Kimia XII	Rp. 20.000,00
31.	PR Ekonomi XII	Rp. 20.000,00
32.	PR Geografi XII	Rp. 17.000,00
33.	PR Sosiologi XII	Rp. 25.000,00
34.	PR Sejarah XII	Rp. 20.000,00
35.	PR Pendidikan Kewarganegaraan XII	Rp. 20.000,00
36.	PR Pendidikan Agama Islam XII	Rp. 15.000,00
	SMK	
1.	PR Bahasa Indonesia X	Rp. 17.500,00
2.	PR Bahasa Inggris X	Rp. 15.000,00
3.	PR Matematika X	Rp. 20.000,00
4.	PR Sejarah Indonesia X	Rp. 15.000,00
5.	PR Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan X	Rp. 17.500,00
6.	PR PAI dan Budi Pekerti X	Rp. 17.500,00
7.	PR Bahasa Indonesia XI	Rp. 22.500,00
8.	PR Bahasa Inggris XI	Rp. 15.000,00
9.	PR Matematika XI	Rp. 20.000,00
10.	PR Sejarah Indonesia XI	Rp. 17.500,00
11.	PR Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan XI	Rp. 17.500,00
12.	PR PAI dan Budi Pekerti XI	Rp. 17.500,00
13.	PR Bahasa Indonesia XII	Rp. 17.500,00
14.	PR Bahasa Inggris XII	Rp. 15.000,00
15.	PR Matematika XII	Rp. 20.000,00

16.	PR Sejarah Indonesia XII	Rp. 15.000,00
17.	PR Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan XII	Rp. 17.500,00
18.	PR PAI dan Budi Pekerti XII	Rp. 17.500,00

*Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan
Pariwara Klaten*

b) Buku panduan pendidik

Tabel 4.7

Daftar produk dan harga buku pendidik

No.	Judul	Harga
1.	PAUD	Rp. 60.000,00
2.	SD	Rp. 35.000,00
3.	SMP	Rp. 30.000,00
4.	SMA	Rp. 40.000,00
5.	SMK	Rp. 40.000,00

*Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan
Pariwara Klaten*

c) Buku Pengayaan

Tabel 4.8

Daftar produk dan harga buku pengayaan

No.	Jenis Buku	Judul Buku	Harga
1.	Pendidikan Kewarganegaraan	Budaya Anti Korupsi	Rp. 100.000,00
		Kumpulan Undang-Undang	Rp. 25.200,00
2.	Bahasa Indonesia	Pedoman Umum EYD	Rp. 20.000,00
		Mari Belajar menyusun Paragraf	Rp. 8.500,00

3.	Bahasa Inggris	A Series of Better Writing Report Text	Rp. 12.500,00
		Menulis Teks Diskusi Dalam Bahasa Inggris	Rp. 30.000,00
4.	Matematika	Kesebangunan	Rp. 17.500,00
		Garis dan Kedudukannya	Rp. 12.500,00
5.	Ilmu Pengetahuan Alam (IPA)	Taktis Menguasai Elektronika Digital	Rp. 40.000,00
		Listik Sahabat Kita	Rp. 22.000,00
6.	Ilmu Pengetahuan Sosial	Belajar Mengenal Suku Bangsa	Rp. 31.000,00
		Ikhtisar Sejarah Indonesia	RP. 36.000,00
7.	Seni Budaya dan Keterampilan	Keragaman Tari Nusantara	Rp. 12.500,00
		Seni Rupa Terapan Indonesia	Rp. 37.500,00
8.	Penjasorkes	Buku Pintar Atletik	Rp. 19.500,00
		Budaya Hidup Sehat	Rp. 23.000,00
9.	Pengembangan Diri	Tes IQ Pengembangan Hidup	Rp. 48.000,00
		Jurus Jitu Melamar Pekerjaan	Rp. 35.000,00
10.	Muatan Lokal	Kesenian Lokal Tradisi Jawa	Rp. 25.000,00
11.	Pendidikan Agama Islam	Quantum Al - Fatihah	Rp. 40.000,00

**Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan
Pariwara Klaten**

d) Buku Referensi

Tabel 4.9

Daftar produk dan harga buku referensi

No.	Jenis Buku	Judul Buku	Harga
1.	Kamus	Kamus Umum Bahasa Indonesia	Rp. 325.000,00
2.	Ensiklopedia Agama	Atlas Agama- Agama	Rp. 299.500,00
3.	Atlas	Atlas Tematik Kabupaten	Rp. 50.000,00
4.	Pramuka	Sejarah dan Pendidikan Kepramukaan	Rp. 425.000,00

**Sumber: Dokumen National Sales Manajer (NSM) PT. Intan
Pariwara Klaten**

2. Place (Tempat)

Merupakan tempat atau wilayah yang akan digunakan untuk melakukan pendistribusian produk buku di PT. Intan Pariwara Klaten. Menurut Tony Purwono Manager Pemasaran “Pendistribusian ke seluruh wilayah di Indonesia dengan menggunakan sistem online dimana sistem tersebut dapat saling berhubungan dan dapat dilakukan juga dengan secara langsung lewat kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Konsumen juga bisa mendapatkan dari agen-agen yang telah bekerja sama dengan PT. Intan Pariwara Klaten. Sehingga konsumen dapat memesan buku-buku kapanpun dan dimanapun.”

Fasilitas sistem online yang dimiliki PT. Intan Pariwara Klaten tersebut sangat efektif dan efisien sehingga konsumen dapat membeli produk dengan mudah. Produk didistribusikan ke seluruh pelosok Indonesia melalui jaringan perwakilan di seluruh Indonesia. Ada sekitar 140 perwakilan di seluruh Indonesia. Buku-buku yang sudah dikemas, dikirim ke perwakilan-perwakilan PT. Intan Pariwara Klaten, kemudian didistribusikan kepada relasi.

3. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Intan Pariwara Klaten, Menurut Tony Purwono Manager Pemasaran “Kegiatan promosi yang dilakukan dilakukan untuk meningkatkan penjualan sebagai tujuan agar produk dikenal oleh masyarakat dan juga untuk meningkatkan pendapatan perusahaan yaitu dengan beberapa cara promosi, sebagai berikut:

a) Promosi penjualan

Bertujuan untuk memperkenalkan produk ke sekolah - sekolah dan mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan guru dan siswa.

b) Promosi berupa leaflet, brosur dan iklan

Bertujuan untuk meningkatkan dan memberi penjelasan kepada guru maupun siswa tentang produk dari PT. Intan Pariwara Klaten

c) Melakukan penjualan melalui toko buku dan grosir

Penjualan dilakukan dengan menyeter produk ke toko buku maupun brosur, agar pembeli dapat dengan mudah memilih jenis buku yang dibutuhkan.

d) Mengadakan pameran – pameran dan sosialisasi untuk produk baru

Promosi produk dilakukan pula dengan cara mengadakan pameran-pameran maupun sosialisasi untuk produk baru agar produk yang baru saja di luncurkan dapat di ketahui masyarakat dan menimbulkan keinginan masyarakat untuk membeli.

- e) Mengadakan seminar – seminar untuk kelayakan penggunaan produk di sekolah. Seminar bertujuan untuk memperkenalkan kelayakan penggunaan produk di sekolah agar lebih baik untuk meningkatkan pelayanan di sekolah agar para murid lebih mudah memahami materi di sekolah.

- f) Mengadakan bedah buku

Bedah buku merupakan kegiatan mengungkapkan kembali isi suatu buku secara ringkas dengan memberikan saran dengan kelebihan dan kekurangan dalam suatu buku tersebut menurut aturan yang berlaku, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai produk buku dari PT. Intan Pariwara Klaten.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Untuk meningkatkan penjualan maka dilakukan kegiatan administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten yang terdiri dari:

1. Tata Hubungan

Dalam kegiatan tata hubungan yaitu, surat menyurat yang meliputi pembuatan surat penawaran, surat pesanan dan surat pemberian hadiah.

2. Kearsipan

Dalam kegiatan administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara dokumen yang perlu diarsip adalah usulan hadiah, usulan kegiatan, contoh buku dan sarana promosi seperti CD Listening dan CD menyimak.

3. Pencatatan

Kegiatan pencatatan dalam administrasi pemasaran di PT. Intan Pariwara Klaten meliputi, kegiatan pencatatan relasi atau mitra kerja, pencatatan kantor cabang yang ada di seluruh Indonesia, perekapan hasil pemasaran per BO atau per kantor perwakilan yang tersebar di seluruh Indonesia dan dengan melakukan Pencatatan *Marketing Mix* / Bauran Pemasaran, yaitu dengan melakukan kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan inti dari pemasaran konsumen yaitu, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil pengamatan dan pembahasannya, penulis mengajukan saran dengan maksud dapat dijadikan sebagai masukan bagi PT. Intan Pariwara Klaten yaitu, kegiatan administrasi pemasaran yang sudah cukup baik, karena sudah menggunakan sistem komputerisasi dalam pengelolaan administrasinya. Sebaiknya dipertahankan dan ditingkatkan kembali supaya kegiatan administrasinya lebih baik dari sebelumnya dan dapat meningkatkan jumlah penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Christyanti, Irra, 2011. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta: Gramedia
- Dharmmesta, Basu Swastha, 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*, Yogyakarta: BPFE
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- H.B. Sutopo, 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Surakarta: UNS Pres
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga
- Moekijat, 1992. *Pokok-Pokok Pengertian Adminitrasi, Manajemen dan Kepemimpinan*, Bandung: CV. Mandar Maju
- Rahmat, 2013. *Filsafat Administrasi*, Surakarta: Pustaka Setia
- Siagan P. Sondang. 1983. *Filsafat Administrasi*, Jakarta: Gunung Agung
- Soekartawi. 1993. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Sutarto, 1982. *Ilmu Admistrasi*, Yogyakarta: Super Sukses
- Swasta Basu dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Syafri, Wirman, 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*. Jakarta: Erlangga
- Syafri, Wirman. 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy, 2013. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: ANDI